



UNIVERSITAT
JAUME I

Facultat de Ciències Humanes
i Socials · FCHS
Departament de Ciències
de la Comunicació

Grado en Periodismo

TRABAJO FINAL DE GRADO

La pluma valenciana

URL: <https://laplumavalenciana.wixsite.com/cibermedio>



@plumavalenciana



@laplumavalenciana

Autor del trabajo: Álvaro Falcó Sancho

Tutora del trabajo: Laura Alonso Muñoz

Modalidad del trabajo: Línea C2. Medio digital especializado

Curso: 2020-2021



Índice

1. Introducción.....	1
1.1. Presentación del tema y justificación de su interés e importancia....	1
1.2. Justificación del nombre de la publicación.....	2
1.3. Objetivos a conseguir y público objetivo.....	2
2. Diseño de la publicación.....	3
2.1. Análisis de la competencia.....	3
2.2. Características básicas de diseño e identidad corporativa (colores, tipografías, etc.).....	4
2.3. Estructura del medio. Explicación y justificación de las secciones...	6
2.4. Plataforma que se utilizará y justificación.....	8
2.5. Elección de redes sociales y justificación.....	8
2.6. Previsión de gastos e ingresos.....	9
3. Contenidos de la publicación.....	12
3.1. Justificación del interés y el enfoque de las piezas.....	12
3.2. Fuentes y documentación utilizadas en la elaboración de los contenidos.....	13
4. Valoración final.....	15
4.1. Conclusiones.....	15
4.2. Análisis crítico de los puntos fuertes y débiles.....	15
5. Referencias.....	17
6. Resumen ejecutivo en inglés.....	19
7. Anexos.....	24

1. Introducción

1.1. Presentación del tema y justificación de su interés e importancia

Desde principios de marzo, el medio de comunicación digital *La pluma valenciana* ha informado sobre personas y sucesos del ámbito literario — presentaciones de libros, conferencias y charlas de escritores, ferias del libro, publicaciones de estudios literarios, etc.— mediante noticias (normales y de declaraciones), reportajes informativos y entrevistas objetivas (formatos más inquisitivos).

Este cibermedio no ha aspirado a crear periodismo literario (o literatura periodística), propio de autores como Antonio Muñoz Molina o Juan José Millás. El periodismo literario, aunque posee una belleza manifiesta, es exclusivo de los géneros interpretativos y de opinión: la crónica, “liberada de las graves responsabilidades del reportaje en lo que hace a la indagación y al contraste de fuentes” (Chillón, 1999, p. 377, en López Pan, 2010, p. 98); el artículo de opinión; la columna; el reportaje novelado (típico del periodismo anglosajón), y la novela de no ficción (López Pan, 2010). En cambio, *La pluma valenciana* se ha dedicado a practicar periodismo sobre literatura; es decir, un periodismo ordinario, pero acerca de un tema concreto. Este medio de comunicación, por tanto, solo ha ejercitado los géneros informativos.

Existen múltiples interpretaciones sobre qué es la literatura. Según la RAE, es el “arte de la expresión verbal” y el “conjunto de las producciones literarias de una nación, de una época o de un género”. Según el filólogo Garrido Gallardo (2009, p. 397), es “una encrucijada riquísima, donde se imbrican lo artístico, lo retórico y lo cultural. Supone expresar [...] las potencialidades del lenguaje. Exige [...] una actitud activa [...], un plus de atención”. Pero en lo que todos convienen es en que la literatura es una de las contribuciones capitales de la humanidad; por este motivo, ante la inexistencia de un periódico valenciano especializado en esta materia, era acuciante la fundación de *La pluma valenciana*.



Amén de los argumentos aducidos, durante el desarrollo del proyecto se han hallado otras razones por los que el achaque de la literatura merece un cibermedio: la abundancia de acontecimientos literarios que acaecen en la ciudad y de individuos deseosos de informarse sobre ellos, y la mengua de público en los eventos celebrados —a causa de una desidiosa labor promocional—, que torna indispensable la existencia de un diario que transmita lo ocurrido a quienes no asistieron.

1.2. Justificación del nombre de la publicación

El nombre del diario digital *La pluma valenciana* es un trasunto de *Letras de la Plana* y *El lápiz mediterráneo*: los dos únicos cibermedios literarios presentados como trabajo de fin de grado en la Universitat Jaume I (UJI) y disponibles en su repositorio. Se ha empleado la misma técnica que usaron para titular: una referencia a la temática (letras, lápiz, pluma) y una alusión a la ubicación (Castelló de la Plana, Mediterráneo, València).

1.3. Objetivos a conseguir y público objetivo

Como se indica en el apartado “Conócenos” del cibermedio, los objetivos cardinales del diario han sido:

- ✚ Publicitar y abogar por la literatura presente en València a través de textos periodísticos que muevan a consumir cultura.
- ✚ Trasladar a los lectores un fervor por las letras.
- ✚ Ejercer el periodismo móvil o MoJo (Mobile Journalism) y probar su eficacia para el desempeño del periodismo gráfico.

El público objetivo son los residentes en València aficionados a los libros que busquen informarse sobre los acaecimientos literarios de la ciudad. Su edad oscila entre los 60 y los 80 años, que es el promedio en los asistentes a los eventos cubiertos, así que es probable que la mayoría del *target* no utilice

internet y, por tanto, no pueda recibir la información del cibermedio. Para soslayar este escollo, *La pluma valenciana* se ha impuesto una meta adicional: infundir interés por la literatura a la juventud.

2. Diseño de la publicación

2.1. Análisis de la competencia

Aunque en internet anidan medios de comunicación que, por su contenido, pueden considerarse adversarios periodísticos, la ínfima entidad actual de *La pluma valenciana* desbarata cualquier ambición de competir con ellos en la conquista de los lectores. Sin embargo, es pertinente espulgar sus características para refinar este cibermedio mediante la incorporación de sus virtudes y la evasión de sus flaquezas.

- ✦ **València Extra:** es un diario digital bilingüe que abarca toda la Comunitat Valenciana y que cuenta con cinco redactores. Este medio integra la asociación AMIC y en él colabora la Generalitat Valenciana y la Generalitat de Catalunya. *València Extra* dispone de un apartado denominado “Noticias literatura” que, a pesar de que solo comprende quince publicaciones (la última, de 2018), podría devenir en un rival.
- ✦ **Levante-EMV:** es un periódico valenciano que informa de todo lo acontecido en la Comunitat Valenciana desde 1872. Actualmente es el decimosexto diario más leído de España, según las estadísticas de AIMC EGM, y su directora es la periodista Lydia del Canto. Este medio contiene dos secciones parangonables a *La pluma valenciana*: “Literatura” y “Poesía”. Ambos apartados están repletos de noticias y entrevistas actuales.
- ✦ **El Periódico de Aquí:** es un medio digital y físico originado en 2010 y perteneciente a Medios Impresos y Digitales Valencianos S.L. El grupo comunicativo dueño del periódico tiene siete ediciones impresas —en siete comarcas y en València— y cuatro páginas web. Según el diario,

su tirada mensual es de 120 000 ejemplares. *El Periódico de Aquí* alberga una categoría llamada “Literatura” que incluye noticias, entrevistas y reportajes.

Al escrutar el contenido de los tres competidores, se han advertido estos yerros: las últimas informaciones de la sección literaria de *València Extra* datan del 2018; además, entre 2016 y 2018 solo se publicaron 15 piezas, lo que demuestra la desatención de los redactores hacia este tema. En los tres medios de comunicación se ha percibido una tendencia a construir párrafos cortos sin apenas hiperenlaces, lo que desperdicia el potencial de la prensa digital y entorpece la lectura al usuario. En el diseño de *València Extra* y *Levante-EMV* se ha observado una preeminencia de los titulares frente a las imágenes, que son minúsculas, y un exceso de espacios blancos en la versión preliminar de muchas noticias y en muchos títulos que dejan líneas inacabadas de una o dos palabras.

En cuanto a los aspectos que conviene remedar, estos son la gestión de las redes sociales de *Levante-EMV* —que solo en Twitter goza de 241 000 seguidores— y la propensión a las noticias breves de *El Periódico de Aquí* —que ayudan a rellenar la sección sin suponer un gran esfuerzo para el periodista—.

2.2. Características básicas de diseño e identidad corporativa (colores, tipografías, etc.)

Para evocar profesionalidad, elegancia y creatividad, se ha diseñado un *imago*tipo cuyos elementos aluden a estas características. Del Pozo (2015, párr. 4) define *imago*tipo como “la representación visual de una marca”, en la que “existe un elemento pictográfico junto al texto, que puede ser abstracto o no. Entonces nos encontramos con un elemento que podemos leer y otro que no”. En el *imago*tipo de *La pluma valenciana*, el “elemento pictográfico” es un *isologo* y el texto es el logotipo. El *isologo* “unifica imagen y tipografía en un mismo elemento”, mientras que el logotipo “se compone solo de letras o tipografía” (Del Pozo, 2015, párr. 6).



El **logotipo** consiste en el nombre del medio, *La pluma valenciana*, escrito en la fuente Amarillo (descargada de la página web Dafont), tamaño 50, negrita, color azul oscuro y encuadrado en un marco con borde del mismo color y con un fondo blanco (**Anexo 1**). El **isologo** lo conforman cuatro elementos: un mapa de la Comunitat Valenciana de un color azul más claro que el del logotipo, una pluma negra cuya punta señala a València, las siglas de la cabecera y un círculo con las mismas propiedades que el recuadro anterior: de borde azul oscuro y fondo blanco (**Anexo 2**). El *isologo* se ha utilizado como imagen de perfil en las redes sociales, y el logotipo se ha usado como imagen de cabecera.

Braojos (2019, párr. 2) explica que una página web “será más o menos atractiva en función de la **tipografía** que lleve, siendo clave para mejorar la interacción con los usuarios, aumentar la cantidad de visitas, clics y conversaciones”. En *La pluma valenciana*, se ha intentado que las fuentes empleadas simulasen la escritura de una estilográfica para subrayar el componente artesanal del cibermedio y para avivar la fantasía, implícita en la cabecera, de que el diario está redactado con una pluma. Con este fin, en el logotipo se ha aplicado la fuente Amarillo 50 px.

Para las secciones y el *isologo* se ha priorizado la legibilidad al cumplimiento de los objetivos mencionados, de modo que se ha optado por las fuentes Times New Roman (*isologo*) y Playfair Display Bold 15 px (secciones). En las publicaciones inicialmente se decidió emular el ejemplo de célebres periódicos, como *El País* y *El Mundo*, y se trató de copiar las tipografías y los tamaños de sus titulares y cuerpos; no obstante, las limitaciones de la página web elegida, Wixsite.com, obligaron a desistir de ese propósito y a conformarse con las fuentes prefijadas (Párrafo, Encabezado, Encabezado 2...).

Como apunta Díaz (2017, párr. 1), “el color [...] es lo que termina asociando a tu empresa con un determinado mensaje, despertando ciertos valores y transmitiendo una imagen bien diferenciada”. En *La pluma valenciana*, el **color corporativo** es el azul oscuro 1C3781, ya que es uno de los tonos de la bandera de la Comunitat Valenciana, junto al amarillo y rojo.

2.3. Estructura del medio. Explicación y justificación de las secciones

La estructura general del cibermedio consiste en una cabecera sobre una barra horizontal, con las diferentes secciones, que encabeza una hilera vertical de noticias aparejadas en estilo “azulejo”, al final de la que hay una opción para suscribirse al boletín informativo del medio. Esta disposición de la página principal intenta asemejarse al aspecto que presenta la versión digital del periódico *La Vanguardia*, cuyas noticias también se exponen en “azulejo”, aunque con imágenes y textos de inferior tamaño —puesto que tiene más publicaciones—. Las secciones poseen una estructura idéntica.

Esta estructura persigue que el lector navegue con desembarazo por el cibermedio y no ignore ninguna noticia. Con este propósito, se ha agregado un buscador a la barra de secciones, para que el usuario halle con presteza cualquier contenido. Otros elementos anejados al medio son los enlaces a las cuentas de Twitter e Instagram, un menú lateral con varias noticias, un botón para desplazarse de inmediato a la zona superior de la página (“Subir”, en la esquina inferior izquierda) y otro para enviar un mensaje al autor de la web (icono del bocadillo, en la esquina inferior derecha).

Cada publicación cuenta, además, con hiperenlaces a informaciones adjetivas pero relacionadas, y con opciones para dar “me gusta”, compartir la pieza por internet y mandar comentarios.

La pluma valenciana se divide en seis secciones que, aunque comparten un tema común, tienen sus propios atributos:

- ✦ **Inicio:** pese a catalogarse como una sección, es más bien una recopilación de todas las informaciones publicadas, que aparecen sucesivamente en una columna vertical. “Inicio” es la fachada del cibermedio, la portada que exhorta al lector a introducirse en el libro.
- ✦ **Actualidad literaria:** este apartado es el que cobija las publicaciones más comunes, con menos particularidades y cuyo carácter primordial es que son las que mayor curiosidad pueden suscitar al público objetivo, ya

que abordan acontecimientos muy recientes o determinantes en el futuro de la literatura en España (es el caso del reportaje sobre la directiva europea de derechos de autor). Aquí se pueden encontrar tanto noticias y galerías fotográficas como el reportaje citado.

✚ **Paraules:** este epígrafe es un reconocimiento al dualismo lingüístico de la ciudad de València. En él se honra a una lengua que, como bien rememoró el poeta Vicent Camps, fue cercenada de las bocas de los valencianos durante el periodo de posguerra, lo que conllevó también la mutilación de la producción literaria en este idioma. En esta sección se pueden hallar varias noticias.

✚ **Artífices:** quizás el eslabón más imprescindible del cibermedio, en esta sección habitan varias entrevistas a reputados autores valencianos y a un experto en teoría literaria. Debido a la prolongada duración de las conversaciones entabladas, todas las publicaciones se han reducido a alrededor de 2500 palabras (unas cinco páginas).

✚ **Iniciativas:** a causa del carácter unificador de la lectura y de la urgente revitalización económica que precisa el sector del libro, han proliferado las iniciativas literarias en València. Ferias del libro, clubs de lectura, estudios humanísticos de investigación y amigos invisibles se multiplican por la ciudad. Por ello, se ha estimado apropiado destinar una sección a abordar estas propuestas. Este apartado lo constituyen varias noticias y un reportaje.

✚ **Conócenos:** en esta sección se detalla la identidad corporativa del cibermedio: autor, temática, contenido, objetivos y público objetivo.

2.4. Plataforma que se utilizará y justificación

Se ha seleccionado la página web Wixsite en lugar de su rival, WordPress, por diferentes causas. Para empezar, el manejo de Wixsite resulta

más intuitivo y visual que el de WordPress, cuya manipulación parece mucho más alambicada. Wixsite es una página que se caracteriza por su sobriedad, pero también por su predilección por la imagen y por un diseño atrayente, de manera que se antoja idónea para guarecer un modesto y unipersonal medio de comunicación. Tras consultar bastantes artículos que sopesaban si instalar Wixsite o WordPress, también se ha concluido que la creación de la página es más veloz en Wixsite y no comporta ningún desembolso, mientras que en WordPress es indispensable adquirir un dominio para poder empezar a publicar. Wixsite también implica una evidente ventaja respecto a WordPress: su vasto arsenal de plantillas gratuitas, que acelera aún más la configuración y probable remodelación futura del cibermedio.

Con todo, Wixsite también entraña algunos inconvenientes. Molinero (2021, párr. 13) previene de la “poca escalabilidad de mejora” de la web, de su “alto precio por quitar la publicidad”, de su incurioso servicio técnico y de la imposibilidad de “migrar la web a ningún otro sitio”. Ahora bien, estas deficiencias las resarce la gratuidad de la página y la predicción de que, si se decide continuar el cibermedio, se peregrinará a una web más sofisticada.

2.5. Elección de redes sociales y justificación

Para aviar de interactividad al cibermedio, se ha utilizado Twitter e Instagram. Twitter, según Digital News Report (2020, párr. 2), es una red social que “crece en uso informativo en España”, al igual que Instagram, que ya es la “cuarta red en uso para cualquier propósito tras WhatsApp, Facebook y YouTube”. Pese a que estas tres últimas redes son más famosas que Twitter e Instagram, también son harto inapropiadas para un medio de comunicación como *La pluma valenciana*: la difusión de WhatsApp está circunscrita a tu cantidad de contactos telefónicos y, por tanto, dependes de la colaboración ajena para divulgar tu contenido a terceros; Facebook, pese a su primacía entre las redes sociales, está experimentando un paulatino declive de notoriedad —“el empleo informativo de Facebook desciende 3 puntos porcentuales en comparación con los datos de Digital News Report 2019”



(Digital News Report, 2020, párr. 1)—, y YouTube precisa de material audiovisual de gran calidad para obtener repercusión social.

Otro porqué del uso de Twitter e Instagram es el deseo de cumplir el objetivo, arriba mencionado, de infundir interés por la literatura a la juventud. Así, según Digital News Report (2020, párr. 6), Instagram y Twitter son “las redes sociales más populares en uso informativo entre los jóvenes de 18 a 24 años (52%)”. Instagram, además, se erige como una opción idónea por su preferencia por la imagen. Como ilustra Mejía (2020, párr. 22), “si en Facebook la imagen es importante, Instagram lo supera a pasos agigantados [...]. Su poder radica en que se pueden crear imágenes con potencial visual de manera rápida y sencilla”. Frente a la previsión de que se deben realizar dos galerías fotográficas como mínimo, Instagram es la alternativa ideal. Por otro lado, Twitter era adecuada por uno de sus componentes primarios: el *hashtag*. Gracias a este elemento, el público puede “seguir tendencias, hilos de conversación o sucesos que están siendo comentados por muchos usuarios” (Mejía, 2020, párr. 12) y, por ende, la integración de varios *hashtag* en tus tuits facilita la extensión del mensaje y la aparición de interactividad.

2.6. Previsión de gastos e ingresos

Pese al objetivo antes planteado de ejercer periodismo móvil, para la toma de fotografías continúa necesitándose una cámara profesional, ya que la definición de la lente telefónica suele ser paupérrima. Así las cosas, se pueden anticipar una serie de costos durante el desarrollo del cibermedio.

Gastos

Material técnico

Cámara Nikon D5100 18-105 y funda portátil.....	400 €
Dos baterías Nikon D5100 y un cargador de batería.....	31.99 €



Objetivo AF-S NIKKOR 55-200mm.....	62 €
Parasol Nikon HB-32.....	23.06 €
Trípode ligero para cámara.....	18.49 €
Cable USB.....	7.99 €
Tarjeta SD 32 GB.....	17 €

Transporte

Pago anual de Valenbisi.....	29.21 €
------------------------------	---------

GASTO TOTAL:

651.74 €

No se han agregado ni los gastos de las nóminas —pues el único trabajador es Álvaro Falcó, que no cobrará— ni de impuestos —*a priori*, no habrá— ni de alquileres —no existe una sede física del medio de comunicación—.

Aunque existe el riesgo de sufrir presiones económicas que coarten la libertad de prensa, se ha decidido basar los ingresos del cibermedio en la inclusión de publicidad. A continuación se indicarán las empresas más susceptibles de anunciarse, por su envergadura y peculiaridades (localización, objeto social, etc.). La cuantía que se percibiría de cada organización se desconoce, ya que se deben contemplar múltiples factores (tipo de contrato publicitario, magnitud del cibermedio, capacidad de negociación...).

Ingresos

Anunciantes hipotéticos

	<p>Además de museo, L'iber es un centro cultural de València que celebra reuniones de lectura, cursos de narrativa, presentaciones de libros, etc.</p>
	<p>La UV, sobre todo a través de La Nau, desempeña una encomiable labor de divulgación literaria organizando conferencias y charlas de escritores.</p>
	<p>Esta editorial acopia cuatro décadas en activo y se especializa en el género del ensayo y en el libro religioso.</p>
	<p>Editorial, levantada en 2015, que es descrita por sus autores como una verdadera defensora de la literatura valenciana.</p>
	<p>Asociación profesional con cuarenta años de historia y un inequívoco peso en el panorama librero valenciano. Son parte de CEGAL (Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros).</p>
	<p>Festival internacional de novela negra, creado por los escritores Jordi Llobregat y Santiago Álvarez, entre otros.</p>
	<p>Fundación privada valenciana que apoya la educación y la cultura e impulsa la innovación social mediante debates, premios, exposiciones, festivales y otras actividades similares.</p>

3. Contenidos de la publicación

3.1. Justificación del interés y el enfoque de las piezas

Desde el 2 de marzo de 2021 hasta la redacción de esta memoria, se han publicado las siguientes informaciones:

Reportaje televisivo

El reportaje audiovisual versa sobre la iniciativa *Sentim les llibreries*, ideada por el matrimonio de escritores valencianos María Bastarós y David Pascual (Mr. Perfumme) para amortiguar las pérdidas económicas del sector del libro por la pandemia. La propuesta consiste en un amigo invisible en el que los inscritos deben regalarse de forma anónima libros orientándose por los gustos literarios que indican en un formulario. La idea afloró durante el confinamiento de 2020 y, este año, se organizó la segunda edición, a la que se han adherido 49 librerías de la Comunitat Valenciana. El enfoque del reportaje era meramente explicativo: el propósito era tejer una suerte de publlirreportaje que estimulase al público a participar.

Reportaje radiofónico

Este reportaje trata de la próxima adaptación a España de la directiva europea de derechos de autor, aprobada en 2019 por el Parlamento Europeo. A diferencia del reportaje previo, en este el enfoque es indagar en los pormenores ocultos de la trasposición, que se obvian en la prensa en pos de repetir aspectos consabidos de la directiva. El interés de este tema reside en su mayúsculo efecto en el porvenir de los escritores, un sector muy precario en España y cuya ventura peligra.

Entrevistas

Se han ejecutado cuatro entrevistas para el cibermedio: tres objetivas a escritores y una a un experto en la temática de la web, Santiago Fortuño. El interés de todos los entrevistados radica en los prolijos conocimientos

narrativos que poseen y en su considerable calibre en el ámbito literario: Llobregat es el fundador del festival internacional Valencia Negra; Aleixandre logró la sexta posición en el Premio Planeta 2019; Zanón ha sido finalista de varios certámenes, y Fortuño es catedrático de Literatura Española en la Universitat Jaume I (UJI). El enfoque de las entrevistas ha sido cotejar mi escasa pero suficiente cultura literaria con profesionales de la escritura, que practican o enseñan literatura como oficio.

Galerías fotográficas

Se han compuesto tres galerías de imágenes para *La pluma valenciana*. La primera inmortaliza parte del género vendido en la Feria del libro antiguo y de ocasión; la segunda retrata los monumentos a escritores que salpican València, y la tercera es un fotorreportaje de la casa-museo de Vicente Blasco Ibáñez. El interés de las tres está en su trabazón con ilustres escritores de la ciudad. El enfoque en este caso ha sido documental.

Noticias

Se han publicado ocho noticias sobre diversos acontecimientos: ferias del libro, presentaciones de obras, charlas, conferencias, publicaciones de estudios, etc. Su interés se halla en su ligazón con la literatura, y el enfoque ha sido objetivo, como procede en la redacción de los géneros informativos.

3.2. Fuentes y documentación utilizadas en la elaboración de los contenidos

En Barquero y Chávez Carcela (2016, pp. 20-22) se establece que las fuentes periodísticas pueden ser oficiales —Casa Real, Ayuntamientos, jueces...— o no oficiales —empresas, sindicatos, implicados, afectados...—. A estas hay que añadir el sistema de información documental, o fuentes

documentales, que constituye una “auténtica entrada relevante [...] de un sistema de producción de noticias periodísticas” (Codina, 2000, p. 52).

Mapa de fuentes

✚ **Fuentes oficiales:** Cristina García Pascual, responsable del Aula de Literatura de la Universitat de València (UV); Amparo Mañés Barbé, directora de la Unidad de Igualdad de la UV; Álvaro Matud, director académico de la Fundación Tatiana Pérez de Guzmán el Bueno; Carmen Lázaro, vicerrectora de Cultura de la UJI; Chus Bernabéu, gestora cultural de la iniciativa *Sentim les llibreries*, y Marina Vicente, gestora cultural de la Fundación Cañada Blanch.

✚ **Fuentes no oficiales:** Gleyvis Coro, poetisa cubana; Ana López-Navajas, filóloga y asesora de la Conselleria d'Educació; Mariano Delgado, escritor, filósofo y teólogo; Fernando García de Cortázar, historiador; Manuel Oriol, editor de la editorial Encuentro; los librereros Chema Sandoval, Marco Tulio Díaz, Iñaki, Pablo Parra, Almudena Amador y Estela Sanchis; Santiago Fortuño Llorens, catedrático de Literatura Española; Santiago Posteguillo, ganador del Premio Planeta 2018; Najat el Hachmi, ganadora del Premio Nadal 2021; los escritores Rafael Soler, Rosario Raro, Jordi Llobregat, Luis Aleixandre, Emi Zanón, Antonio Zaragoza y Antonio Pérez; el abogado Javier Lacomba, y la periodista Mariola Cubells.

✚ **Fuentes documentales:** *Mujeres en la ESO*, base de datos del proyecto de investigación TRACE (2011); *Breve reflexión sobre las escritoras y el canon literario*, de Carmen Peña Ardid (2020); Statista.com, y Delibris.org.

Para comunicarse con las fuentes, el método empleado ha sido máxime la llamada (técnica usada en los reportajes y entrevistas) y, en ocasiones, el correo electrónico. Las entrevistas han sido telefónicas, salvo la de Santiago Fortuño y las de *Sentim les llibreries*, que se realizaron presencialmente.

4. Valoración final

4.1. Conclusiones

Ya en las postrimerías del TFG, siento afianzarse la convicción de que el periodismo escrito, sea digital o en papel, puede complacerme como destino laboral. Después de varios meses desempeñando la labor periodística, me he apercebido de que me satisfacen todas las fases del proceso: la selección del tema, la elección del enfoque, el contacto con las fuentes, la redacción... Eso sí, he de admitir que los óbices con los que me topaba durante la carrera han persistido durante el avance del cibermedio: tardanza en la contestación de los correos, negativas recurrentes a las solicitudes de entrevista, peticiones, rayanas en la exigencia, de suprimir declaraciones, etc. La ilusión mentecata de que dirigir un austero cibermedio era garante de respeto se desvaneció muy pronto. En lo concerniente al periodismo móvil (Mobile Journalism), he constatado su tajante eficacia para filmar reportajes con una nitidez cercana a la de mi cámara Nikon D5100. Bien es cierto que se requieren complementos como un trípode portátil, grabadora y micrófono para que el producto final sea equiparable al de una cámara profesional, pero con tan solo un móvil el resultado no es nada desdeñable.

En lo que atañe a las lecciones, este trabajo me ha suministrado muchas. Durante la confección de noticias, he aprendido lo intrincado que es compendiar un suceso en cuatro o cinco párrafos, en los que además debes conservar siempre la máscara de objetividad y extinguir cualquier destello de opinión mientras refieres lo ocurrido con minuciosidad y originalidad. En la articulación de mis publicaciones, me ha auxiliado el formidable manual periodístico *El estilo del periodista*, de Álex Grijelmo, un libro que dilucida con artificio las características de cada género periodístico. Otros grandes surtidores de enseñanzas han sido las entrevistas y reportajes efectuados, que me han retrotraído a la aurora de mi carrera —cuando me ruborizaba telefonear a posibles fuentes por si resultaba gravoso o inoportuno— y me han reconfortado, pues en su producción he verificado que la experiencia ha disipado mis aprensiones. Ahora comprendo que la perseverancia es el pasadizo a la gloria.

4.2. Análisis crítico de los puntos fuertes y débiles

En retrospectiva, creo que erré al escoger las redes sociales. Ignoré por completo que mi público objetivo es de edad avanzada y que, por tanto, su red social favorita estadísticamente es Facebook, no Instagram. Otros defectos de mi cibermedio son la exigüidad de publicaciones, producto de una crasa insuficiencia de ahínco; la monotonía de las informaciones y el excesivo intervalo entre ellas, y una torpe gestión de las redes sociales, exacerbada por el uso de una aplicación ignota para mí, Instagram. Respecto a las cualidades del cibermedio, destaco el mimo con el que he tratado a cada pieza, el anhelo de fidelidad informativa que me movía en todas ellas y mi esfuerzo por aprestar, pese a mi desconocimiento digital, una página web llamativa y funcional.

Regresando a las deficiencias de *La pluma valenciana*, entre ellas campea la ortodoxia periodística. Es decir, el estricto ceñimiento a los rasgos de los géneros periodísticos y la medrosa renuncia a innovar, a hibridar géneros desdibujando las barreras entre noticias, reseñas, crónicas... Empero, esta ortodoxia es una decisión deliberada. Como esclareció el catedrático Santiago Fortuño en la entrevista, un requisito para renovar es dominar la técnica previa, así que es osado pretender reinventar los vetustos géneros periodísticos sin antes practicarlos, al menos, durante una temporada. En última instancia, una tacha del cibermedio es el vacío de material audiovisual, consecuencia de la mentada ortodoxia y sobre todo de la incompatibilidad de las informaciones con el formato del vídeo por la carencia de dinamismo de los sucesos cubiertos.

5. Referencias

Barquero Hernández, J.M. y Chávez González, L.M. (2016). *Uso de fuentes periodísticas: identificación y análisis* (Trabajo de fin de grado). Recuperado de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/43607/TFG.%20USO%20DE%20FUENTES%20DOCUMENTALES.%20JOS%c3%89%20MIGUEL%20BARQUERO%20Y%20LUISA%20CH%c3%81VEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Braojos, P. (2019). *La importancia de la tipografía en el marketing digital*. Recuperado de <https://www.marketinet.com/blog/la-importancia-tipografia-marketing-digital#gref>

Chillón, A. (1999). *Literatura y periodismo: una tradición de relaciones promiscuas*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona

Codina, L. (2000). La documentación de los medios de comunicación. Situación actual y perspectivas de futuro. *Cuadernos de documentación multimedia*, 10, 49-66. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Lluis-Codina/publication/28102923_La_documentacion_de_los_medios_de_comunicacion_Situacion_actual_y_perspectivas_de_futuro/links/02bfe50cf3f36acc98000000/La-documentacion-de-los-medios-de-comunicacion-Situacion-actual-y-perspectivas-de-futuro.pdf

Del Pozo, J. (2015). *Diferencias entre logotipo, imago tipo, isotipo e isologo*. Recuperado de <https://www.somoswaka.com/blog/2015/03/diferencias-entre-logotipo-imago tipo-isotipo-e-isologo/>

Díaz, M. (2017). *Cómo usar estratégicamente el color en la identidad corporativa*. Recuperado de <https://www.fuegoyamana.com/blog/usar-el-color-en-la-identidad-corporativa/>

Digital News Report (2020). *APA Style*. Recuperado de <https://www.digitalnewsreport.es/2020/facebook-whatsapp-y-youtube-lideran-el-uso-informativo-pero-crecen-twitter-e-instagram/>

Garrido Gallardo, M. (2009). /Literatura/ Investigaciones sobre el campo entre poesía. *Revista de literatura*, 71, 379-406. Doi: 10.3989/revliteratura.2009.v71.i142.87

López Pan, F. (2010). Periodismo literario: entre la literatura constitutiva y la condicional. *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, 19, 97-116. Recuperado de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68180/PERIODISMO%20LITERARIO.%20ENTRE%20LA%20LITERATURA%20CONSTITUTIVA%20Y%20LA%20CONDICIONAL.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Mejía Llano, J.C. (2020). *Diferencias entre Facebook, Instagram y Twitter. ¿Qué tipo de contenido es mejor para cada uno?* Recuperado de <https://www.juancmejia.com/y-bloggers-invitados/facebook-twitter-e-instagram-que-tipo-de-contenido-es-mejor-para-cada-uno/>

Molinero, R. (2021). *Opiniones sobre Wix (2021): Ventajas, Desventajas, Comentarios y Valoraciones.* Recuperado de <https://siemprendes.com/opiniones-wix-lo-que-yo-pienso/>

6. Resumen ejecutivo en inglés

1. Introduction

The digital media *La pluma valenciana*, since its creation, has reported about people and events in the literary field —book presentations, conferences and talks by writers, book fairs, publications of literary studies, etc.— through news (normal news and statements news), informative reports and objective interviews (more inquisitive formats). The foundation of a cyber-media such as *La pluma valenciana* was considered urgent because literature, according to academies and philologists, is one of the greatest contributions of humanity. In addition, the city of València lacks a newspaper specialized in this subject.

Likewise, during the development of the project, other reasons have been found for which literature deserves a cyber-media: the abundance of literary events that take place in the city and of individuals eager to be informed about them, and the scarcity of public in the events held —due to a negligent promotional work—, which makes indispensable the existence of a newspaper that transmits what happened to those who did not attend.

2. Objectives and target audience

As indicated in the "Conócenos" section of the website, the main objectives of the journal are as follows:

1. Publicize and advocate for the literature present in València through journalistic texts that encourage the consumption of culture.
2. To transfer to the readers a fervor for literature.
3. To practice mobile journalism (or MoJo) and prove its effectiveness for the performance of graphic journalism.

The target audience are the residents of València who are book lovers looking for information about literary events in the city. Their age ranges between 60 and 80 years, which is the average age of those attending the events covered, so it is likely that most of the target does not use the Internet and, therefore,

cannot receive information from the cyber-media. To circumvent this pitfall, *La pluma valenciana* has set itself an additional goal: to instill interest in literature in young people.

3. Structure and sections of the cyber-media

The general structure of the cyber-media consists of a header on a horizontal bar, with the different sections, which heads a vertical row of news items arranged in "tile" style, at the end of which there is an option to subscribe to the media's newsletter. This layout of the home page tries to resemble the appearance of the digital version of the newspaper *La Vanguardia*, whose news are also displayed in "tile" style, although with smaller images and texts —since its number of publications is higher—. The sections have an identical structure.

This structure is intended to allow the reader to browse the site with ease and not to ignore any news. To this end, a search engine has been added to the section bar, so that the user can quickly find any content. Other elements added to the cyber-media include links to Twitter and Instagram accounts, a side menu with various news items, a button to immediately scroll to the top of the page ("Subir", in the lower left corner) and another to send a message to the web author (sandwich icon, in the lower right corner).

Each publication also has hyperlinks to adjective but related information, and options to like, share the piece on the Internet and write comments. *La pluma valenciana* is divided into six sections which, although they share a common theme, have their own characteristics:

1. **Inicio:** despite being catalogued as a section, this category is rather a compilation of all the information published, which appears successively in a vertical column. "Inicio" is the front page of the cyber-media, the cover that encourages the reader to enter the book.
2. **Actualidad literaria:** this section contains the most common and less particular publications of the entire cyber-media. Their main attribute is that they are the ones that can arouse the greatest curiosity in the target

audience, since they deal with very recent events or events that will determine the future of literature in Spain (as in the case of the report on the European copyright directive). Here you can find news and photo galleries as well as the aforementioned report.

3. **Paraules:** this section recognizes the linguistic dualism of the city of València and it is a tribute to a language that, as the poet Vicent Camps recalled, was cut out of the mouths of the people of València during the post-war period, which also led to the mutilation of literary production in this language. In this part you can find several news items.

4. **Artífices:** perhaps the most essential link in the cyber-media, this section contains several interviews with renowned authors from València and an expert in literary theory. Due to the lengthy duration of the conversations, all publications have been reduced to around 2500 words (about five pages).

5. **Iniciativas:** because of the unifying character of reading and the urgent economic revitalization that the book sector needs, literary initiatives have proliferated in València. Book fairs, book clubs, humanistic research studies and invisible friends are multiplying in the city. Therefore, it has been deemed appropriate to devote a section to address these proposals. This section is made up of several news items and a report.

6. **Conócenos:** this section details the corporate identity of the cyber-media: purpose, author, objectives and target audience.

4. Design and corporate identity

To evoke professionalism, elegance and creativity, an *imagotype* has been designed whose elements allude to these characteristics. Del Pozo (2015, párr. 4) defines *imagotype* as "the visual representation of a brand", in which "there is a pictographic element next to the text, which can be abstract or not. So we find ourselves with an element that we can read and another that we



cannot". In the *imagotype* of *La pluma valenciana*, the "pictographic element" is an *isologue* and the text is the logotype. The *isologue* "unifies image and typography in the same element", while the logotype "is composed only of letters or typography" (Del Pozo, 2015, párr. 6).

The **logotype** consists of the name of the cyber-media, *La pluma valenciana*, written in the font Amarillo (downloaded from the web page Dafont), size 50, bold, dark blue and framed in a form with a border of the same color and with a white background. The **isologue** is made up of four elements: a map of Comunitat Valenciana in a lighter blue color than the logotype, a black feather whose tip points to València, the initials of the header and a circle with the same properties as the previous frame: dark blue border and white background.

5. Social media

To add interactivity to the cyber-media, Twitter and Instagram have been used. Twitter, according to Digital News Report (2020, párr. 2), is a social network that "is growing in news use in Spain", as is Instagram, which is already the "fourth most used network for any purpose in Spain after WhatsApp, Facebook and YouTube". Although these three networks are more popular than Twitter and Instagram, they are also highly inappropriate for a media outlet such as *La pluma valenciana*: the dissemination of WhatsApp is limited to your number of telephone contacts and, therefore, you depend on the collaboration of others to disseminate your content to third parties; Facebook, despite its primacy among social networks, is experiencing a gradual decline in notoriety—"the use of Facebook information drops 3 percentage points compared to the data of the Digital News Report 2019" (Digital News Report, 2020, párr. 1)—, and YouTube requires high-quality audiovisual material to achieve social impact.

Another reason for the use of Twitter and Instagram is the desire to fulfill the above-mentioned goal of instilling interest in literature in youth. Thus, according to Digital News Report (2020, párr. 6), Instagram and Twitter are "the most popular social networks in informational use among 18-24 year olds (52%)".

6. Conclusions

At the end of my TFG, I feel the conviction that written journalism, whether digital or on paper, can please me as a work destination. After several months of journalistic work, I have noticed that I am satisfied with all the phases of the process: the selection of the topic, the choice of the approach, the contact with the sources, the writing... However, I must admit that the obstacles I encountered during my studies have persisted during the progress of the cyber-media: delays in answering emails, refusals to interview requests, demands to suppress statements, etc.

As far as Mobile Journalism is concerned, I have seen its undeniable effectiveness in filming reports with a sharpness similar than the one of my Nikon D5100 camera. It is true that accessories such as a portable tripod, recorder and microphone are required for the final product to be comparable to the one of my professional camera, but with just a cell phone the result is not negligible. If I analyze it, I think that *La pluma valenciana* has several flaws, such as the scarcity of publications, the excessive interval between pieces or a clumsy management of social networks. However, it also has some remarkable qualities. Above all, the care with which I have treated each publication and the desire for informative fidelity that moved me during the elaboration of the work.

7. Anexos

Anexo 1



Anexo 2



Anexo 3

PUBLICACIONS DEL CIBERMITJÀ

Número de publicació	Data de publicació	Títol	Gènere	Comentaris (opcional)
1	2 de marzo	<i>Gleyvis Coro se inspiró en la ensayista María Zambrano para escribir sus poemarios</i>	Noticia	
2	11 de marzo	<i>“La falta de modelos femeninos favorece la violencia de género”</i>	Noticia	

3	17 de marzo	<i>“El hispano fue el único imperio que compadeció a sus víctimas”</i>	Noticia	
4	28 de marzo	<i>Feria del libro antiguo y de ocasión (galería fotográfica)</i>	Galería fotográfica	
5	28 de marzo	<i>Públic escàs en la setmana inicial de la Fira del Llibre</i>	Noticia	
6	8 de mayo	<i>Santiago Fortuño: “A veces los premios literarios catapultan mediocridades”</i>	Entrevista	
7	10 de mayo	<i>Santiago Posteguillo: “En mis obras rescato a figuras maltratadas por la historia”</i>	Noticia	
8	20 de mayo	<i>Los conflictos que acarrea implantar en España la directiva europea de derechos de autor</i>	Reportaje radiofónico	
9	26 de mayo	<i>‘Sentim les llibreries’, la aglutinadora de la comunidad lectora valenciana</i>	Reportaje televisivo	
10	4 de junio	<i>Najat el Hachmi: “Escrivint puc visibilitzar la complexitat de la immigració”</i>	Noticia	
11	5 de junio	<i>Gustavo Zaragoza: “En 1939 van cessar els bombardejos, però no la guerra”</i>	Noticia	

12	18 de junio	<i>Luis Aleixandre: "Internet es una herramienta que no tuvieron ni Cervantes ni Góngora"</i>	Entrevista	
13	18 de junio	<i>Jordi Llobregat: "Leer novela negra es como asomarte a un precipicio"</i>	Entrevista	
14	19 de junio	<i>Emi Zanón: "Los premios literarios son un empuje tremendo, un punto de inflexión"</i>	Entrevista	
15	23 de junio	<i>Homenajes a escritores (galería fotográfica)</i>	Galería fotográfica	
16	24 de junio	<i>Así es la casa museo de Vicente Blasco Ibáñez (galería fotográfica)</i>	Galería fotográfica	

Anexo 4

PUBLICACIONES XARXES DEL CIBERMITJÀ

Nom de la xarxa social: @plumavalenciana (Twitter)

Número de publicació	Data de publicació	Contingut	Comentaris (opcional)
1	26 de febrero	Fotografía de la poetisa Gleyvis Coro y el siguiente texto: "En nuestra primera publicación, abordaremos la esfera lírica con una noticia sobre la presentación en La Nau (@LaNauuv) del poemario "Mujer, aparta de mí ese	

		smartphone", de la poetisa cubana Gleyvis Coro-Montanet (@Gleycoro)".	
2	2 de marzo	Texto sobre Gleyvis Coro: "Estaba sola en España, escribiendo sola en una habitación, y la literatura me acompañó y me dio fortaleza", compartía Gleyvis Coro-Montanet durante su charla. https://falcosan.wixsite.com/laplumavalenciana/post/gleyvis-coro-se-inspir%C3%B3-en-mar%C3%ADa-zambrano-para-escribir-sus-poemarios ".	Este enlace al cibermedio está inoperativo porque se ha modificado la URL
3	2 de marzo	Fotografía del cartel de la charla de la investigadora Ana López-Navajas y el siguiente texto: "Próximamente, la noticia sobre la presentación online de la investigadora Ana López Navajas para la @UV EG sobre su proyecto 'Women's Legacy' (@womenslegacyEU), del Àrea d'Educació de la Conselleria d'Educació, Cultura i Esport (@GVAeducacio)".	
4	11 de marzo	Texto sobre Ana López-Navajas: "La investigadora de la @UV EG y coordinadora del proyecto @womenslegacyEU Ana López-Navajas subraya en su conferencia para @LaNauuv que la omisión en los libros de texto de las aportaciones femeninas promueve la desigualdad de género. https://falcosan.wixsite.com/laplumavalenciana/post/la-falta-de-modelos-femeninos-favorece-la-violencia-de-g%C3%A9nero ".	Aún no se ha cambiado la URL
5	17 de marzo	Cartel de la conferencia de Marino Delgado y este texto: "Dentro de poco, la noticia acerca de la presentación para la Fundación Tatiana (@fund_tatiana) del libro 'El siglo español (1492-1659): Un ensayo de historia espiritual', sobre el Siglo de Oro de nuestro país, escrito por el profesor y teólogo vallisoletano Mariano Delgado".	
6	17 de marzo	Enlace a la noticia sobre Mariano Delgado y este texto: "El escritor Mariano Delgado sostiene en su ensayo, publicado por la editorial @EEncuentro , que el único imperio que se arrepintió de sus dominaciones fue el español, debido a la conciencia cristiana que fiscalizaba los crímenes perpetrados".	Aquí se actualiza la URL del cibermedio
7	17 de marzo	Fotografía de libros y este texto: "Aviat es publicarà una notícia sobre la Fira del Llibre Antic i d'Ocasíó, que torna al carrer Gran Via Marquès del Túria per a celebrar la seva edició 44. L'esdeveniment està organitzat pel Gremio de Libreros de Lance de la Comunitat Valenciana, i estarà fins a l'11 d'abril".	
8	29 de marzo	Enlace a la noticia sobre la Feria del libro antiguo y de ocasión y este texto: "Transcorre una setmana des de l'arrencada de la Fira del Llibre Antic i d'Ocasíó a València, i els llibreters es queixen de la reduïda assistència".	

9	11 de mayo	Enlace a la entrevista a Santiago Fortuño y este texto: “Ya está disponible la agradable conversación mantenida con Santiago Fortuño, catedrático de Literatura Española en la Universitat Jaume I de Castelló. #Entrevista #UJI ”.	
10	11 de mayo	Enlace a la noticia sobre Santiago Posteguillo y este texto: “Podéis disfrutar de la noticia sobre la charla, organizada por el Espai Cultural Menador y @UJluniversitat , del ganador del Premio Planeta Santiago Posteguillo”.	
11	20 de mayo	Enlace al reportaje radiofónico y este texto: “Se acaba de publicar un reportaje radiofónico sobre la inminente adaptación de la directiva europea de derechos de autor, aprobada en 2019, que afecta a la situación de los escritores en internet”.	
12	26 de mayo	Enlace al reportaje televisivo y este texto: “Ya se puede disfrutar del reportaje televisivo sobre la iniciativa 'Sentim les llibreries' (@sentim2021), un amigo invisible organizado en 49 librerías de la Comunitat Valenciana para ayudar al comercio local y unir a los lectores”.	
13	4 de junio	Enlace a la noticia sobre Najat el Hachmi y este texto: “S'acaba de publicar una noticia sobre la xerrada mantinguda entre la guanyadora del Premio Nadal 2021 Najat el Hachmi i la llibretera Marina Vicente en la fundació Cañada Blanch (@FCanadaBlanch)”.	
14	5 de junio	Enlace a la noticia sobre Gustavo Zaragoza y Antonio Pérez y este texto: “Ja podeu llegir la notícia sobre la presentació del llibre 'Nombres propis', dels autors Gustavo Zaragoza i Antonio Pérez. La trobada ha estat conduït per la periodista Mariola Cubells i s'ha celebrat en el museu L'Iber”.	
15	19 de junio	Enlace a la entrevista a Luis Aleixandre y este texto: “Aquí está la #entrevista al #escritor y 6º finalista del #PremioPlaneta2019 Luis Aleixandre Giménez (@AleixandreLuis). “Mi estantería está repleta de novelas negras, tanto nacionales como extranjeras”.	
16	19 de junio	Enlace a la entrevista a Jordi Llobregat y este texto: “Para celebrar el #festival #internacional de #novelanegra Valencia Negra (@valencianegra), se ha entrevistado a su fundador y director, el #escritor Jordi Llobregat (@JordiLlobregat)”.	
17	20 de junio	Enlace a la entrevista a Emi Zanón y este texto: “La autora de #novela #histórica Emi Zanón (@EmiZanon) narra el proceso creativo de libros como 'Yámana, tierra del fuego' o 'Las cinco estaciones de Vivaldi', su última obra. #Entrevista completa”.	
18	24 de junio	Enlace a la galería fotográfica de los homenajes a escritores y este texto: “Se ha publicado una nueva #galería #fotográfica . 'Homenajes a escritores'. Si alguna vez te has preguntado qué #monumentos a autores hay en València y dónde puedes encontrarlos, en esta nueva pieza te damos las respuestas...”.	

19	24 de junio	Enlace a la galería fotográfica de la casa museo de Vicente Blasco Ibáñez y este texto: “Esta #galería #fotográfica retrata el chalet de #Vicente #Blasco #Ibáñez en la playa de la Malvarrosa (València). Actualmente el edificio, levantado a principios del siglo XX, es también un #museo que contiene intactos numerosos enseres del autor”.	
----	-------------	---	--

Nom de la xarxa social: @laplumavalenciana (Instagram)

Número de publicación	Data de publicació	Contingut	Comentaris (opcional)
1	26 de febrero	Fotografía de Gleyvis Coro y el siguiente texto: “Gleyvis Coro-Montanet —poetisa cubana, profesora universitaria y odontóloga veterana— charla en La Nau (Valencia) sobre sus últimas publicaciones líricas. La noticia sobre ello, próximamente”.	
2	2 de marzo	Cartel de la conferencia de Ana López-Navajas y el siguiente texto: “Ana López Navajas es filóloga, profesora, investigadora y asesora de Igualdad en la formación del profesorado de la Conselleria d'Educació de la Generalitat Valenciana. Para esta institución, López coordina el proyecto 'Women's Legacy', dirigido a incluir referentes femeninos en los libros de texto de las escuelas. La noticia sobre su conferencia para la Universitat de València, próximamente”.	
3	11 de marzo	Cartel de la charla de Mariano Delgado y este texto: “En pocos días, se publicará la noticia sobre la presentación, en la Fundación Tatiana Pérez de Guzmán el Bueno, del libro 'El siglo español (1492-1659): Un ensayo de historia espiritual', del teólogo y filósofo Mariano Delgado Casado”.	
4	17 de marzo	Imagen de libros y este texto: “Pròximament estarà disponible la notícia sobre la Fira del Llibre Antic i d'Ocasió, que torna a València per a la seva 44 edició i serà al carrer Gran Via Marquès del Túria fins a l'11 d'abril. En aquest compte, també trobaràs una galeria fotogràfica de l'esdeveniment. #valència #fira #foto ”.	
5	29 de marzo	Imagen de mi galería sobre la feria y este texto: “La galeria fotogràfica de la Fira del Llibre Antic i d'Ocasió ja està disponible en la web, on també trobaràs una notícia sobre l'esdeveniment. #feriadellibro #valencia #galeriafotografica ”.	
6	11 de mayo	Imagen de Santiago Fortuño y este texto: “Ya está disponible la charla mantenida con Santiago Fortuño, catedrático de Literatura Española en la Universitat Jaume I de Castelló, sobre temas tan fascinantes como el trasfondo de los certámenes literarios o la relación entre el periodismo y la literatura. #entrevista #literatura ”.	

7	12 de mayo	Fotografía de Santiago Posteguillo y este texto: “Fuente: Biblioteca UJI. Se acaba de publicar una noticia sobre la conferencia dictada por el ganador del Premio Planeta Santiago Posteguillo en el Espai Cultural Menador. El evento estaba organizado por la @ujiuniversitat y en él ha participado la vicerrectora de Cultura y Relaciones Institucionales Carmen Lázaro”.	
8	20 de mayo	Viñeta de internet y este texto: “Ya se puede escuchar el reportaje radiofónico sobre la llegada a España de la directiva europea de derechos de autor, que busca reforzar la protección de los creadores en internet. La pieza cuenta con la participación de los escritores Rafael Soler y Rosario Raro, y el abogado Javier Lacomba. Entra en la página web para oírlo #reportaje #radio #derechosdeautor ”.	
9	26 de mayo	Imagen del escaparate de una librería y este texto: “Se puede consumir ya el reportaje televisivo, realizado mediante Mobile Journalism (periodismo móvil), sobre 'Sentim les llibreries', un amigo invisible creado por los escritores María Bastarós y David Pascual que este año se ha celebrado en toda la Comunitat Valenciana y ha atraído a 3000 lectores. @sentimlesllibreries #reportaje #librerias #amigoinvisible ”.	
10	5 de junio	Imagen de Najat el Hachmi y este texto: “Ja es pot llegir la notícia sobre la xerrada entre Najat el Hachmi, guanyadora del Premio Nadal 2021, i la llibretera i gestora cultural Marina Vicente en la fundació Cañada Blanch @najat_el_hachmi @fcanadablanch #noticia ”.	
11	5 de junio	Imagen de la noticia de Gustavo Zaragoza y Antonio Pérez y este texto: “Ja està aquí la notícia sobre la presentació del llibre 'Nombres propios', de Gustavo Zaragoza i Antonio Pérez. L'acte l'ha presentat i conduït la periodista Mariola Cabells i en ell han participat els poetes Germán Rojas i Vicent Camps i l'antropòleg Tomás Fernández #noticia #presentacionlibro ”.	
12	20 de junio	Fotografía de Luis Aleixandre y este texto: “Ya se puede leer la #entrevista al prolífico #escritor villarrealense Luis Aleixandre Giménez (@luis_aleixandre_gimenez). "Poner un gazapo en una novela no tiene perdón". Enlace: https://laplumavalenciana.wixsite.com/cibermedio/post/luis-aleixandre-internet-es-una-herramienta-que-no-tuvieron-ni-cervantes-ni-g%C3%B3ngora ”.	
13	20 de junio	Fotografía de Jordi Llobregat y este texto: “Jordi Llobregat (@jordi.llobregat), #director del #festivalinternacional de #novelanegra Valencia Negra (@valencianegra festival) —que concluye hoy—, cuenta cuál fue el origen de su pasión por la #literatura y cómo reaccionó ante la nombradía de su primer libro, 'El secreto de Vesalio' (2015). Enlace: https://laplumavalenciana.wixsite.com/cibermedio/post/jordi ”.	

		-llobregat-leer-novela-negra-es-como-asomarte-a-un-precipicio".	
14	21 de junio	Fotografía de Emi Zanón y este texto: "Finalista de los premios de novela #felipetrigo , #fernandolara y de la #críticavalenciana , la escritora Emi Zanón (@emizanonsimon) aún no asimila el éxito de sus #libros . "No me imaginaba que podía llegar a escribir y a tener reconocimiento literario". Enlace a la #entrevista completa: https://laplumavalenciana.wixsite.com/cibermedio/post/emi-zan%C3%B3n-los-premios-literarios-son-un-empuje-tremendo-un-punto-de-inflexi%C3%B3n ".	
15	24 de junio	Tres imágenes de la galería fotográfica sobre los homenajes a escritores y este texto: "Esta nueva #galeríafotográfica es una lista de los #homenajes a escritores en València: monumentos, esculturas, bustos, placas... En todos se indica su ubicación para que cada lector pueda admirarlos en persona. Enlace: https://laplumavalenciana.wixsite.com/cibermedio/post/homenajes-a-escritores-galer%C3%ADa-fotogr%C3%A1fica ".	
16	24 de junio	Tres imágenes de la galería fotográfica sobre la casa museo de Vicente Blasco Ibáñez y este texto: " #Galería #fotográfica de la #casa #museo de #Vicente #Blasco #Ibáñez , sita en la #playa de la Malvarrosa de València. Esta construcción data de principios del siglo pasado y en ella trabajó el escultor #Rafael #Rubio #Rosell . Cuando falleció Blasco Ibáñez, el chalet atravesó épocas convulsas: tras la guerra civil, el franquismo expropió la vivienda, que entre 1942 y 1962 ejerció de Escuela de Flechas Navales; entre 1962 y 1980 fue ocupada ilegalmente. En 1990, ante el desgaste del edificio, el Ayuntamiento de València decidió remodelarlo usando los planos originales. Hoy en día la finca encierra varias salas de exposiciones sobre el autor: una de ellas, dedicada a exponer algunas de sus pertenencias. Enlace: https://laplumavalenciana.wixsite.com/cibermedio/post/as%C3%AD-es-la-casa-museo-de-vicente-blasco-ib%C3%A1%C3%B1ez-galer%C3%ADa-fotogr%C3%A1fica ".	